MARS 2010 – N° 61

INFOTELLERIE

Suisse Romande
Vaud – Fribourg – Neuchâtel – Jura
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Editorial

Un très mauvais signal

La volonté de la Ville de Lausanne d'engager des clandestins en qualité d'apprentis, outre d'être un très mauvais signal donné aux futurs clandestins et à leurs employeurs éventuels, est révélatrice d'un des aspects difficiles de la politique suisse d'immigration. La Confédération a fixé une politique de l'immigration partiellement choisie, dite des deux cercles, le premier comprenant les ressortissants de l'Union européenne qui ont le droit de s'établir librement en Suisse et le second tous les autres, dont la venue est soumise à des restrictions draconiennes, notamment quant à leurs qualifications très pointues indispensables à l'économie suisse. Or, la réalité vaudoise, sur le terrain, est tout autre : de nombreux ressortissants du 2e cercle séjournent et travaillent chez nous, parfois depuis près de 20 ans. De cette situation découlent les interrogations actuelles sur la formation de leurs enfants.

Précisons d'emblée qu'il est totalement inadmissible que des autorités assermentées puissent se permettre de violer sciemment les lois. Si certaines sont critiquables, voire inapplicables, il revient au législateur de les changer. De même, il n'est pas humainement acceptable de renvoyer sans motif des gens dont on a toléré la présence si longtemps.

L'intention des autorités lausannoises nous interpelle vivement en qualité d'association d'employeurs, notamment sur les points suivants :

1. Les clandestins ne pourraient pas vivre, travailler et envoyer leurs enfants à l'école durant des années sans la complicité, au moins passive, de certaines collectivités publiques. C'est particulièrement le cas dans la région lausannoise où la colonie équatorienne est si nombreuse – plus de 5000 personnes – que ce pays y a ouvert un consulat. Si les contrôles et les renvois étaient exécutés correctement en application des lois fédérales, le cas de ces jeunes à former ne se poserait même pas.
2. Lausanne dispose de sa propre inspection du travail. Au vu de la volonté de la Municipalité de Lausanne d'enfreindre la loi, on est en droit de supposer que l'application des lois y relatives pourrait peut-être différer quelque peu de ce qui se pratique dans le reste du canton. Cette régale spéciale accordée à une seule ville n'est plus acceptable. Elle crée une suspicion d'inégalité de traitement entre les administrés vaudois selon que leur activité est à Lausanne ou ailleurs dans le canton. L'inspection du marché du travail doit être cantonalisée pour une application uniforme du droit sur tout le territoire vaudois.

Depuis 2002, les associations professionnelles de l'hôtellerie-restauration, rejointes par celles des autres métiers de bouche, ont signé une convention avec le canton pour renforcer la lutte contre le travail illicite. Une commission tripartite (Employeurs-Employés-Etat) supervise le travail de trois inspecteurs chargés de traquer le travail au noir dans tout le canton… sauf en ville de Lausanne. Nous ne pourrons pas continuer à défendre ce processus auprès de nos membres si des mesures ne sont pas prises par le Conseil d'Etat pour faire appliquer les lois sur le travail au noir et le séjour des étrangers de manière uniforme sur tout le territoire cantonal. Cela doit peut-être passer par quelques drames humains, liés au renvoi de clandestins bien installés, ou par quelques régularisations individuelles mais la confiance des honnêtes gens en leurs autorités, de même que le maintien du dispositif tripartite de lutte contre le travail au noir, est à ce prix.

Philippe Thuner
Président d'Hôtellerie Romande

Harry John, directeur de Montreux-Vevey Tourisme

«Que le Sommet de la Francophonie soit aussi une fête pour la population!»

En taille comme en notoriété, le 13e Sommet de la Francophonie sera le plus grand congrès jamais accueilli par Montreux et toute la région. C'est une belle opération pour la ville qui a une tradition en la matière: elle a déjà accueilli la signature du traité des Dardanelles en 1936.

La cérémonie d'ouverture, comme celle de clôture ainsi que la plupart des séances se dérouleront à l'auditorium Stravinsky avec des rassemblements jusqu'à 2500 personnes. Montreux ne sera pas seule bénéficiaire: à Lausanne, le syndic Daniel Brélaz accueillera simultanément la réunion des maires francophones ainsi que celle des journalistes de langue française qui compte une bonne centaine de membres.

C'est la première fois que la Suisse accueille un sommet de la Francophonie réunissant, tous les deux ans, les chefs d'Etat de 56 pays et 14 observateurs. Le dernier Sommet organisé à Québec avait réuni nombre de chefs d'Etat, dont le président de la République française Nicolas Sarkozy, le ministre canadien Graham Shawn et le président du Cameroun, Paul Biya.

Cette candidature, c'est aussi le travail de nombreuses années qui porte ses fruits: Montreux Vevey Tourisme est partenaire pour tout ce qui est logement et programme logistique sur place. Ce sera une excellente opération susceptible de favoriser des retombées économiques pour tous les hôtels, restaurants et commerces de la Riviera. Ces quatre jours – du 20 au 24 octobre – représentent quelque 12 000 nuitées. Mais c'est aussi un défi: cette manifestation de grande portée mettra fortement à contribution les capacités d'accueil et d'organisation existantes, de Montreux à Lausanne. Il s'agit de trouver presque 3000 chambres nécessaires, dont environ 800 dans les cinq étoiles, du Montreux Palace qui sera un peu le «navire amiral» en passant par Lausanne et Villars-sur-Ollon.

La Riviera lémanique s'en réjouit d'autant plus que la candidature suisse était un peu celle de la dernière minute. D'autres villes étaient en effet en lice, dont Genève et… Zurich! Le Conseil fédéral, et notamment le Département des Affaires étrangères, ont décidé de présenter la candidature de la Suisse après le forfait déclaré de Madagascar, dont la candidature a été écartée à la suite du coup d'Etat d'avril dernier.

Pour un sommet qui se veut convivial, l'image de la petite cité idyllique vaudoise a dû jouer un rôle. L'accessibilité et le côté compact d'un site facile à sécuriser, ont contribué à faire la différence. Car la venue de nombreux chefs d'Etat risque de poser des défis de sécurité. Il ne s'agit heureusement pas d'un sommet comme le G8 ou le G20, même s'il requiert un haut degré de sécurité. Pour la police cantonale et les polices municipales, ce sera un bel exercice de coordination qui montrera qu'elles peuvent travailler ensemble.

La facture de 30 millions de francs (une fois rabotée de 5 millions) doit être assumée entièrement par la Confédération. C'est une superbe occasion de «vendre» notre canton et de montrer son ouverture à l'heure où la Suisse a mal son image et a plus que jamais besoin d'amis. Recevoir ce sommet des chefs d'Etat francophone sera tout bénéfice et permettra de nouer des contacts. Mais cette belle carte de visite ne doit pas seulement bénéficier à la Suisse francophone et à la Suisse entière en matière de retombées hôtelières et économiques. Je me réjouis donc de voir toute la population montreusienne réunie pour faire la fête sur la place du Marché qui restera ouverte au public.

Que la fête soit belle, pas seulement pour les chefs d'Etat!

Harry John

Sommaire

2	L'invité
3	Les chiffres 2009
4-5	Montreux en travaux
6-7	Les coffres-cadeaux
8-9	Hôtelier lausannois à Phuket
10-11	Le groupe Boas de Bernard Russi
12	Socialement responsables
13	Symposium du tourisme à Chamonix
14-15	L'hôtel de l'EPFL à Dorigny
16	En bref – Agenda

Impressum

Infôtellerie Suisse romande: Magazine trimestriel d'informations touristiques et économiques de l'Association Romande des Hôteliers.
Editeur: Association Romande des Hôteliers, chemin de Boston 25, 1004 Lausanne, tél.: +41 21 617 72 56, fax: +41 21 617 72 27, e-mail: info@hotellerieromande.ch. Site internet: www.hotellerieromande.ch
Impression: PCL Presses Centrales SA, Renens
Rédacteurr esponsable: Olivier Grivat.
Ont collaboré à ce numéro: Denise Cugini, Jean-Jacques Gauer, Michel Rochat et Philippe Thuner.
Adresse de la rédaction: Olivier Grivat, journaliste RP, chemin de Leisis 5a, 1009 Pully, tél. +41 79 412 22 72, e-mail: olivier@grivat.ch.

Tourisme 2009: signes encourageants malgré la baisse des nuitées

L'année 2009 se solde par un bilan mitigé pour le tourisme suisse. Alors qu'une diminution des nuitées de 4,7% a été enregistrée par rapport à 2008, la parahôtellerie résiste bien.

Le marché du tourisme chinois est peu affecté par la crise.

Les effets de la crise économique ont marqué l'année 2009, en particulier les neuf premiers mois. Une diminution globale des nuitées de 4,7% a été enregistrée par rapport à 2008; les touristes suisses ont généré 15 424 468 nuitées (–2,5%) et les touristes étrangers 20 164 425 nuitées (–6,2%). Cependant, par rapport à l'année record que constitue 2008 (c'était le meilleur résultat depuis 1990), l'hôtellerie suisse a, dans l'ensemble, bien résisté aux effets de la crise économique en 2009.

Le dernier trimestre de l'année montre un net ralentissement de la diminution des nuitées (–1% d'octobre à décembre). En particulier, le mois de décembre s'est soldé par un résultat exceptionnel, avec 2 507 384 nuitées enregistrées, soit le 2e meilleur mois de décembre (après décembre 2008) pour l'hôtellerie suisse depuis 1934: «En dépit de la diminution des nuitées de l'hôtellerie, le bilan du tourisme suisse est globalement satisfaisant, compte tenu de la situation économique mondiale en 2009», a commenté Daniela Bär, directrice de la communication de Suisse Tourisme. «Des signaux positifs, comme le ralentissement marqué de la diminution des nuitées de l'hôtellerie et la reprise de la croissance des nuitées dans les grandes villes en fin d'année, ainsi que les résultats de la parahôtellerie, montrent que la branche touristique suisse s'est montrée très compétitive sur le plan international en des temps difficiles.»

Américains et Britanniques en nette baisse

Les nuitées de touristes en provenance de marchés de proximité d'une importance cruciale pour le tourisme suisse, comme la France et l'Italie, n'ont subi qu'un très léger recul par rapport à 2008 (France: –0,4% / Italie: –1,8%). Sur les marchés où la diminution est un peu plus marquée comme l'Allemagne (–4,5%) et les Pays-Bas (–5%), le niveau des nuitées en chiffres absolus reste toutefois similaire au niveau atteint en 2007, une excellente année pour l'hôtellerie. Effet combiné de la situation économique du pays et d'un taux de change défavorable, les nuitées des touristes britanniques ont, quant à elles, enregistré une baisse de 18,6% par rapport à 2008. Celles des touristes des Etats-Unis ont également subi une baisse globale de 8,9%. Il est probable que les premiers signes tangibles de reprise sur ces deux marchés importants ne se fassent pas sentir avant plusieurs mois, prédit Suisse Tourisme.

Chine, Pays du Golfe, Inde: potentiel de croissance

Après une année 2008 en demi-teinte, le marché chinois, peu affecté par la crise économique, retrouve des couleurs avec une croissance des nuitées de l'hôtellerie de 26,8%. Selon les estimations des spécialistes, le marché chinois devrait continuer à connaître une croissance à deux chiffres en 2010. L'évolution des nuitées des touristes en provenance des Pays du Golfe (–7,1% par rapport à 2008) et d'Inde (–0,9%) a également subi les effets de la crise. Cependant, le potentiel de croissance de ces marchés, considéré à long terme comme supérieur à la moyenne, reste intact.

Conditions favorables pour la parahôtellerie

Les premiers résultats d'importants prestataires du domaine de la parahôtellerie (campings, appartements de vacances, auberges de jeunesse, Bed & breakfast et hébergements de groupe) montrent que 2009 constitue une année globalement positive. La parahôtellerie représente près de la moitié des nuitées enregistrées chaque année. Interhome, leader de la location d'appartements de vacances, a enregistré une augmentation des réservations de 6%, en particulier de la part de clients français (+27%) et allemands (+24%). TCS, prestataire leader sur le marché du camping, indique une augmentation de son chiffre d'affaires et des nuitées de 5%. Le chiffre d'affaires de Reka, important acteur sur le marché de la location d'appartements de vacances, s'est maintenu au niveau de 2008. La crise économique a incontestablement eu pour effet un transfert des nuitées de l'hôtellerie à la parahôtellerie pour les touristes suisses et ceux en provenance des pays limitrophes, qui composent l'essentiel de la clientèle de la parahôtellerie. Au cours des trois dernières années, les Remontées mécaniques suisses (RMS) ont enregistré une hausse de la fréquentation des installations tant en été qu'en hiver. Durant le début de l'hiver (décembre 2009 à janvier 2010), la crise a eu un impact sur un taux de fréquentation globalement en baisse, effet encore renforcé par des conditions climatiques médiocres.

Si des conditions météorologiques et d'enneigement optimales devaient prévaloir d'ici la fin de la saison d'hiver, les remontées mécaniques s'attendent à enregistrer des signaux positifs.

Selon les pronostics du BAK/SECO, le retour à la croissance pour les nuitées de l'hôtellerie ne devrait intervenir qu'en 2011. Pour les marchés de proximité européens, l'évolution du taux de change de l'euro par rapport au franc influencera probablement l'année en cours.

Montreux à l'heure des grands travaux

L'Hôtel Helvétie repris par un groupe de Dubaï.

La Riviera fourbit ses armes pour le prochain Sommet de la Francophonie, ses milliers de participants et ses 70 chefs d'Etat attendus en octobre. C'est l'heure des grandes rénovations pour le Suisse-Majestic et bientôt pour l'hôtel Helvétie, racheté par un homme d'affaires de Dubaï.

Oh!, s'exclameraient les touristes britanniques qui ont fait Montreux à la fin du XIXe siècle, s'ils revenaient sur les bords du Léman. Derrière les quais fleuris, les ouvriers en bâtiment s'affairent pour restaurer de la cave au grenier, le Grand Hôtel Suisse-Majestic. Des travaux d'Hercules pour refaire ce vaste 4 étoiles de pied en cap. En attendant la réouverture prévue pour le 22 avril, l'hôtel est fermé et son personnel en congé: «Initialement, seule la réfection des caves et de la toiture était prévue, explique le directeur Andrés Oppenheim. Ainsi que la création de 20 chambres supplémentaires au 8e étage pour obtenir un total de 156».

Finalement, le propriétaire a tranché en faveur d'une rénovation lourde pour ce complexe de deux bâtiments bâtis en 1879 et 1907, l'année où le Grand Hôtel Suisse et le Majestic ont uni leur destinée. Les travaux initialement budgétés à 15 millions de francs vont certainement approcher les 25 millions. Cela comprend la réfection de la grande salle et la création d'une verrière sur la terrasse sud pour accueillir un nouveau restaurant: «Cet investissement va permettre de remettre l'établissement 100% à niveau, avec toutes les chambres et salles de bain dotées d'un nouveau mobilier», confie le maître des lieux, qui a opéré autrefois à la direction du Beau-Rivage Palace aux côtés de Christian Marich.

La plus belle terrasse sur le Léman

«La verrière face au lac est la première chose que j'avais suggéré de recréer, poursuit Andrés Oppenheim. J'avais trouvé des plans aux archives datant de 1913, à la veille de la Première Guerre mondiale. Les propriétaires de l'époque voulaient déjà créer cette verrière, mais les événements les en ont empêchés. Un autre projet a été relancé à la veille de la Seconde Guerre mondiale. Là aussi, les architectes ont remis leurs plans dans les tiroirs. Quand on a voulu relancer le projet l'automne dernier en pleine crise financière, je me suis dit qu'il avait décidément la scoumoune. Heureusement, la situation s'est calmée et je suis infiniment reconnaissant au conseil d'administration d'avoir gardé le cap et de n'avoir pas renoncé à un projet sur lequel on travaillait depuis quatre ans.»

Sur cette verrière en cours d'installation, le nouveau restaurant pourra être exploitable toute l'année, sans être tributaire du temps: «On pourra enfin servir trois repas par jour, 365 jours par an, dans un espace chauffé en hiver ou largement ouvert en été. Cette verrière, c'est un vieux rêve qui se réalise», sourit Andrés Oppenheim en révélant son futur nom: «Le 45».

Pourquoi ce nom? «Non pas parce que c'est juste mon âge, mais c'est l'adresse postale de l'hôtel: 45, avenue des Alpes!»
Le restaurant se consacrera à la cuisine du marché avec des produits de la région: «Peut-être une bonne blanquette de veau en hiver ou même un pot-au-feu. En anglais on parle de "plain-food", commente le patron. On ne concoctera pas de plats très sophistiqués. On laisse cela à d'autres, mais je tiens à présenter une carte des vins locaux la plus complète qui soit. Je veux être "la" carte de visite des vins du Lavaux.»

Le team du Suisse Majestic avant et après rénovation: Maria Hess, Caroline Ogi, le directeur Andrés Oppenheim, Franziska Bohren et Virginie Schumacher

Les meubles en Pologne et en Albanie

En attendant Godot et l'heure de la réouverture, l'hôtel a été entièrement vidé de ses meubles qui ont été confiés à des orphelinats en Pologne et en Albanie: «Je ne pouvais pas admettre qu'on allait tout mettre dans des bennes pour qu'ils finissent à la casse.» Un bataillon d'ouvriers s'est mis au travail pour remplacer charpente, tuyauterie, carrelages et sanitaires: «C'est finalement une très bonne période pour effectuer ces grands travaux. C'est un bon timing. Ce n'est pas la haute conjoncture par rapport au paysage hôtelier et c'est une période où les entreprises sont prêtes à faire des concessions, surtout pour un volume de travail important, permettant d'occuper plusieurs dizaines de collaborateurs tout un hiver». Quant au personnel du Suisse-Majestic, qui peut compter jusqu'à une centaine de collaborateurs en été pour le Festival de jazz et près d'une cinquantaine en hiver, le noyau dur a été envoyé en «formation continue»: «J'ai besoin de tout mon personnel à la réouverture. En conséquence, nous avons gardé tout le monde pendant cette période de grands travaux. C'est un sacrifice financier important, car la restauration a été fermée du 23 décembre au 2 mars. Cela nous a permis de mettre 50% du personnel en vacances, en tenant compte des heures supplémentaires. Les compteurs ont été mis à zéro. Le personnel reviendra début mars pour la réouverture d'avril. Chacun des cadres réalise un projet qui lui est cher pour une période de deux mois, explique le directeur. Le chef et le sous-chef sont allés se perfectionner à l'étranger chez de grands cuisiniers : le chef dans un trois macarons Michelin et le sous-chef à Londres. Caroline Ogi, la responsable du marketing qui se trouve aussi être la fille de l'ancien conseiller fédéral de Kandersteg - est partie aux J.O. de Vancouver pour s'occuper de la Maison suisse. Une autre employée de la partie commerciale est allée en Thaïlande pour s'occuper d'un programme pour enfants handicapés travaillant avec les éléphants.»

Le Lino's Coffee et l'Helvétie

En lieu et place de l'ancienne brasserie du Suisse-Majestic donnant côté gare de Montreux, un nouvel établissement verra le jour: le Lino's Coffee. Lancée en Italie en 1990, l'enseigne vise une expansion internationale. Elle compte 120 établissements de par le monde et vise l'ouverture de sept nouveaux cafés aux Emirats arabes et une quinzaine en Europe, dont dix en Suisse d'ici 2015. Derrière cette enseigne qui veut privilégier le lieu de rencontre et la convivialité, on trouve un investisseur de Dubaï. C'est Jallaf (Suisse), une filiale dirigée par Methaf Daoud, qui se trouve par ailleurs être le nouveau propriétaire de l'Hôtel Helvétie, situé derrière le Casino Barrière de Montreux, à 200 m des bords du lac.
L'Helvétie date de la grande époque du tourisme montreusien au XIX^{e} siècle. Ouverte en 1865, la Pension des sœurs Rossier s'est d'abord appelée Hôtel-Pension de Russie pour accueillir les touristes du nord de l'Europe en quête de douceur lémanique. Après la Révolution bolchévique de 1917, l'établissement a été progressivement agrandi et il s'est vu rebaptisé Hotel-Pension de Paris, puis Hôtel Helvétie. Il a occupé au fil du temps un important pâté de maisons avec un 6^{e} étage surplombant les toits de la ville.
Racheté l'an dernier par le Groupe Jallaf, l'hôtel va être aussi entièrement rénové dans le courant de cette année: «Les travaux commenceront dès que la mise à l'enquête sera terminée, précise Methaf Daoud. Une chose est sûre: le caractère historique de l'hôtel sera conservé dans l'esprit de ses fondateurs». De nouveaux restaurants seront créés et une zone de bien-être est aussi prévue. Sans oublier un Lino's Coffee avec une musique de fond produite par Hanamusic, une autre enseigne… du groupe Jallaf (Europe).

Olivier Grivat

Coffrets-cadeaux ou coffrets-surpr

Offrir un voyage, un repas, un soin ou une aventure à choisir dans un coffret-cadeau? La mode va croissant, mais non sans parfois de mauvaises surprises. Des recettes pour éviter les pièges.

L'affaire se présentait plutôt bien: un week-end à passer dans un hôtel surplombant le lac de Côme «dans un vieux moulin récemment rénové qui a su préserver l'histoire de ses vieilles pierres». La photo du coffret-cadeau montrait une vue idyllique du lac italien. Ce qu'omettait de préciser le coffret «Escapade gourmande» vendu par la société Smartbox, c'est que l'hôtel en question ne domine pas le lac de Côme. Il se trouve en zone industrielle et ses murs rénovés ne laissent pas voir les vieilles pierres du moulin qu'il fut un jour. Les chambres sont pratiquement borgnes et l'unique fenêtre est placée à 2 mètres de hauteur. Il faut monter sur un tabouret pour apercevoir la cour extérieure. La porte-fenêtre donne sur un balconnet plongeant sur la salle de fitness.

Le coffret promettait pourtant «une halte paisible et romantique»... Autre expérience malheureuse: un week-end dans un hôtel d'Aix-les-Bains: «L'hôtel était manifestement trop plein: on était en fin d'année et tout le monde voulait réserver avant l'expiration du délai imparti», confie une utilisatrice. Faut-il se méfi er des coffrets-cadeaux? Toutes les expériences ne sont pas forcément mauvaises. Le problème est que certains vendeurs de coffrets font du surbooking et prennent des marges très confortables (jusqu'à 45%). De ce fait, le restaurateur ou l'hôtelier n'a plus d'intérêt à vendre son produit qui lui rapporte finalement un bénéfice très réduit: «J'ai tenté l'expérience en me présentant comme détentrice d'un carnet Smartbox, l'hôtelier m'a dit que c'était tout plein. J'ai rappelé par la suite sans mentionner le même détail et il y avait soudain de la place. Comme par miracle!»

Le leader du marché a commencé en Belgique

A l'origine de la formule à succès, il y a Smartbox, une filiale de Smart & Co. Cette société, créée en 2001 par le Français Pierre-Edouard Stérin, s'est inspirée d'un modèle qui a fait ses preuves en Belgique. Après avoir revendu en 2001 son entreprise de vente de logiciels et de jeux vidéo, le jeune diplômé d'une école de commerce s'est lancé dans les coffrets thématiques. Ces coffrets ont révolutionné le chèque cadeau, assure le groupe français qui affiche une croissance de plus de 170% en 2009 sur sol helvétique, «transformant une simple feuille de papier en un objet à découvrir». En Suisse, Smartbox a vendu plusieurs dizaines de milliers de coffrets depuis Noël 2006, et ce dans huit domaines: la gastronomie, l'hostellerie de charme, l'aventure, le bien-être, l'escapade, le prestige pour Elle, pour Lui et pour Eux. Sur internet, elle affiche des prix variant de CHF 64.90 à 649.90.

Smart Box assure visiter chacun des hôtels ou établissements sélectionnés et ne pas vendre des prestations difficiles à écouler: «Les tarifs usuels des tenanciers correspondent plus ou moins aux prix de nos coffrets, mais certains nous accordent des tarifs préférentiels», admet la responsable du marketing suisse.

Outsider romand: The Oh! Company

Avec la crise, le coffret-cadeau a maintenu son chiffre d'affaires en France à 400 millions de francs, surtout dans le domaine de la gastronomie et des week-ends. En Belgique, les coffrets-cadeaux représentent 60 millions de francs. La Suisse est évaluée à 12 millions, Smartbox faisant la grosse partie avec plus de 90% du marché. The Oh! Company – c'est son nom – conserve une grande marge de progression, surtout du côté alémanique. Ses prix s'échelonnent de 89 à plus de 5000 francs. Présente sur le marché romand depuis deux ans, la marque Oh! est incarnée par une petite PME lausannoise de 6 personnes: «La force de notre marque, explique Grégory Barbezat, directeur de la société, est la souplesse d'utilisation. On peut acheter un coffret cadeau par la poste, mais aussi sous forme expresse en PDF (un bon-cadeau, mais sans livret imprimé). Les loisirs vont de la gastronomie aux massages, en passant par les week-ends, les dégustations de vin, les carnets-aventures avec des chiens de traîneau, des vols en ballon ou des cours de ski free ride. J'appelle cela du "court loisir", le dernier segment que les agences ne vendent pas. Ce sont des voyages limités à un ou deux jours.»

ises?

Oh! joue sur deux volets de distribution: un volet physique à travers des magasins comme la FNAC, MediaMarkt, Casino ou La Poste sous forme de cartes-loisirs (200 offices romands). Un volet via le web qui s'effectue à travers le site Oh!*, le *Guide Loisirs* de la *Tribune de Genève* et de *24 Heures* ou encore Air France (Suisse): «La différence avec Smartbox, c'est que nos coffrets sont vendus sur internet alors que ceux de nos concurrents français le sont sur papier. L'avantage du web, c'est que nous pouvons enlever ou ajouter une offre, voire adapter les prix à la hausse ou à la baisse.»

«Trouver les bonnes adresses, c'est toute la difficulté, poursuit Gregoy Barbezat. Expérience faite, ce sont le bien-être et les massages qui marchent le mieux. Nous vivons de marges allant jusqu'à 30% dans le domaine du bien-être. Pour tout ce qui est hôtellerie, c'est plutôt 25%. Grâce au web, l'utilisateur peut rajouter un certain montant pour passer d'un secteur à l'autre, par exemple des massages à la gastronomie.»

«La marge de Oh! se monte entre 25 et 30%, poursuit le dirigeant de la PME lausannoise. Le risque est que le prestataire ne gagne plus grand-chose et qu'il essaye de limiter les réservations à sa convenance. Nos concurrents présentent ainsi 50 instituts de massage sur leur coffret suisse qu'ils vendent à 10 000 exemplaires! A mon avis, les prestataires qui acceptent de céder jusqu'à 45% de marge sont des "bras cassés" ou des nouveaux qui veulent se faire connaître.»

A boire et à manger?

Dans ce contexte de forte concurrence, que faut-il choisir? Le leader Smartbox a fortement développé son offre en magasins: on le trouve désormais aussi chez Globus, Payot, les CFF, le TCS et TUI. Une première boutique a été ouverte à Lausanne. Son concurrent suisse à l'emblème Oh! fait mieux que se défendre: «On vend du rêve. C'est le cadeau idéal que l'on peut échanger soi-même sur internet sans aviser l'auteur du cadeau, assure l'outsider. Il n'y a que 10 à 15% de gens qui s'offrent un coffret pour eux-mêmes. Nous sommes en plein développement avec 700 propositions différentes. Nous avons conclu des accords avec des chaînes d'hôtels comme Minotel avec un coffret week-end vendu à 299 francs, repas compris. Avec la civilisation du loisir, les gens partent plus souvent, mais moins longtemps. Ils sont en quête d'offres avantageuses et de propositions originales.»

Olivier Grivat

- www.smartbox.com
- www.ohbox.ch

Hôteliers du bout du monde

Claude Sauter, un Vaudois au pays du sourire

A la pointe sud de l'île de Phuket en Thaïlande, ce natif de Cheseaux-sur-Lausanne dirige le Cape Panwa Hôtel & Spa, 200 chambres pour le double d'employés…

«Je ne connaissais rien à l'Asie quand j'ai répondu à une offre d'emploi d'un hôtel de Phuket», raconte Claude Sauter, attablé à la terrasse du Cape Panwa Hôtel & Spa qu'il dirige depuis quatre ans. Il fait un bon 35° à l'ombre, alors qu'en Suisse le thermomètre affiche –6°, Claude Sauter peut bien avoir le sourire sur son île de Phuket, au sud de la Thaïlande, là où les eaux vertes côtoient le sable blanc et le vert des bananiers.

Né à Lausanne en 1969, Claude Sauter a grandi à Cheseaux où son père était sous-directeur des boucheries Vuillamy: «Après l'école obligatoire, j'ai accompli un apprentissage de sommelier au Continental de Lausanne entre 1985 et 1987. Je suis ensuite parti à Baden-Baden apprendre l'allemand, avant de m'enrôler comme serveur sur des bateaux de croisière: Venise, les îles grecques et Istanbul ou les îles Canaries via le Maroc et Madère. Mon but? Gagner assez d'argent pour financer l'Ecole hôtelière de Genève que j'ai terminée à 23 ans.» Claude Sauter effectue son stage aux Diablerets, à l'Ermitage, devenu par la suite le Grand-Hôtel: «J'y ai rencontré ma future épouse, Céline, une Française venue travailler dans les Alpes vaudoises.» C'est ensuite le départ pour Paris en 1992, mais sans permis de travail: «J'ai travaillé à l'hôtel Edouard VII comme stagiaire de l'Ecole hôtelière de… Paris, où je n'avais jamais mis les pieds! Puis au Lutetia comme caviste. Durant la guerre, cela avait été le siège de la Gestapo. J'ai tenté en vain d'obtenir des papiers. Vous êtes Suisse, me disait-on, mais ce sont les Français qui vont travailler en Suisse!»

Aller-retour pour les Diablerets

Avec son épouse, Claude Sauter retourne aux Diablerets avec l'envie de partir pour l'Asie. Ils envoient CV sur CV à des hôtels repérés dans des guides de voyage. Jusqu'à ce qu'une annonce dans l'Hôtel Revue mentionne une offre d'emploi comme responsable de la restauration à Phuket: «Je ne savais pas où c'était. Quelque temps plus tard, j'ai reçu un coup de fil au milieu de la nuit, c'était le directeur australien du Cape Panwa Hotel. Le 31 décembre 1993, je me suis envolé pour Phuket.»

Les débuts en Thaïlande ne sont pas faciles: «J'arrivais de l'Europe sans expérience de l'Asie et je débutais comme directeur F & B. Tout était différent: la langue autant que le style de travail. En Thaïlande, il ne faut jamais faire de reproches devant les autres, ni hausser le ton. Sinon la face est perdue pour l'employé et le respect perdu pour le patron. A 24 ans, je me retrouvais avec 400 employés, dont la moitié en restauration. Certains avaient le double de mon âge. J'étais le seul non-Thaïlandais avec le directeur australien. Ma femme m'a rejoint en juillet 1994, engagée à Patong, la fameuse plage de Phuket, à la réception d'un 4 étoiles. L'année d'après, nous sommes rentrés en France se marier.»

En juillet 1996, l'envie de faire autre chose prend Claude Sauter. Il rentre en Suisse pour travailler à l'Hôtel Au Lac, à Ouchy, comme assistant de direction. Dur retour à la réalité helvétique. De Suisse, la Thaïlande paraît féerique. En novembre 1997, après des vacances à Phuket, la décision est prise. Mais il faut faire vite. La haute saison débute en décembre: «On a tout liquidé en un mois. On est arrivé le 19 décembre 1997 en pleine crise asiatique. Le bath s'était effondré, un dollar valait 55 baths contre 30 aujourd'hui.»

La propriétaire de l'hôtel de Patong où travaillait sa femme lui propose aussi un job. Elle est responsable de réception, lui est directeur du Phuket Cabana donnant sur la plage: «On a travaillé ensemble durant 5 ans.» En 2002, l'idée leur vient de monter un service traiteur avec leur beau-frère, un Thaï marié à la sœur de Céline, un chef passé maître de la cuisine française avant même de connaître sa femme: «On vendait des plats pré-cuisinés (coqs au vin, terrines, etc.) pour les expatriés et les villas de luxe de la côte ouest». Après un an et demi, l'expérience se termine: «J'avais gardé de bons contacts avec le propriétaire du Cape Panwa, un riche Thaïlandais d'origine chinoise. En septembre 2004, il m'a réengagé comme sous-directeur. Il avait besoin d'un Européen au côté du directeur thaïlandais. J'ai été promu à la direction en juillet 2006, quatre mois avant le tsunami du 26 décembre.» Une période difficile va suivre avec 25% de taux d'occupation à fin 2005. Intelligent, le patron du Cape Panwa conserve tout le personnel. Les autres hôteliers qui avaient licencié leur personnel ont eu des difficultés de recrutement au moment de la reprise.

200 francs de salaire

Avec son funiculaire menant à la plage privée et ses villas de luxe avec piscine privée, le Cape Panwa est un 4 étoiles qui emploie 400 personnes: «Les Thaïs sont des travailleurs. Ils ont le sens du service, sont souriants, aimables, toujours prêts à rendre service. Ils rigolent comme des enfants. Mais il convient d'établir une sorte de respect mutuel. On ne peut pas avoir un système de management à l'occidentale. Il faut établir un rapport de confiance. Je ne parle pas thaï avec les employés, c'est à eux d'apprendre

l'anglais. Les Thaïs ne changent pas d'employeurs pour gagner 100 baths de plus ou pour grimper dans la hiérarchie. Pour eux, l'atmosphère de travail est plus importante. On organise beaucoup de fêtes du personnel. Plusieurs fois, il m'est arrivé de vouloir confier une promotion à un employé, mais il préférait rester serveur. Un comportement impensable chez nous.»

Le salaire minimum correspond à 6000 baths par mois, soit 200 francs, dans les zones touristiques comme Bangkok ou Phuket. Il peut doubler avec le service de 10% rajouté aux factures. Le montant est réparti entre tous les employés, soit 5000 à 6000 baths supplémentaires, ce qui porte la rémunération à 400 francs mensuels: «Mais ici, avec un franc, vous mangez dans la rue, précise l'hôtelier vaudois. En revanche, le rythme est différent: six jours de travail par semaine, sauf dans l'administration de l'hôtel où l'on travaille un samedi sur deux. Les vacances? Six jours par an auxquels s'ajoutent 14 jours fériés: la fête du roi Bhumibol en décembre, le 1er mai, le 1er janvier, le Nouvel-An thaï ou l'anniversaire de la reine Sirikit... Quant à l'AVS, le groupe a un système de pension facultatif avec un prélèvement de 3,5% du salaire. Le patron verse sa part de façon paritaire: «Le propriétaire est considéré comme un roi, c'est leur mentalité. Moi, je leur dis toujours, c'est le client et non le patron qui vous donne du travail.»

Le groupe Kasemkij qui emploie Claude Sauter possède treize hôtels, surtout dans des lieux touristiques de Bangkok, Phuket et Chiang Mai. L'an prochain, il va ouvrir un établissement de 200 chambres à Khao Lak, près de Phuket, et à Hua Hin, lieu de villégiature où le roi a son palais d'été: «C'est un petit groupe hôtelier indépendant et non une chaîne prestigieuse, mais il faut voir le plaisir qu'apporte le travail. Je me suis dit plusieurs fois que travailler pour une grande chaîne serait plus prestigieux, mais j'aurais de la peine à n'être qu'un pion. Le salaire correspond à celui d'un directeur d'un hôtel suisse moyen, mais en comparaison du coût de la vie, il est plus avantageux.» Le paradis a un prix pour ce couple qui a deux enfants de 3 ans et de 3 mois: «On est loin du pays, mais pour l'instant, je me sens bien sur mon île.»

Texte et photos:
Olivier Grivat/Phuket

L'Hôtel Cape Panwa est situé au sud de l'île de Phuket.

«Je ne suis pas hôtelier, mais c'est

Ancien garagiste et gendarme, Bernard Russi – rien à voir avec le skieur… – est à la tête du groupe BOAS qui emploie 850 personnes

le métier que je préfère»

– Mécanicien auto, puis gendarme, vous avez une formation atypique pour diriger un groupe d'EMS et d'hôtels répartis dans toute la Suisse romande?
– Comme enfant, j'étais turbulent. Mon père qui était chef de gare à Château-d'Œx, puis à Rossinière, ne savait pas trop que faire de moi. Il a proposé à son garagiste des Moulins, au Pays d'En-Haut, de m'engager comme apprenti. Je me suis marié très jeune à 19 ans, puis j'ai été engagé comme chef d'atelier Peugeot à Moudon. J'ai alors connu un drame personnel avec le décès à quelques jours de mon premier enfant. J'étais révolté. J'ai tout quitté pour aller à Bâle comme chauffeur routier: l'Allemagne le Portugal, l'Espagne, la France... La longue route, c'était une étape intéressante. Puis j'ai repris aux Verrières (NE) la gérance d'une station d'essence à la frontière. Mon deuxième fils y est né. Plus tard, j'ai pu acheter un garage Mazda à Lausanne. J'ai vendu beaucoup de voitures à l'époque et fait un peu de sport automobile.

– Vous êtes alors entrés dans la Gendarmerie vaudoise?
– J'avais 27 ans (réd.: il en a aujourd'hui 59) et, comme garagiste, j'avais beaucoup à faire aux gendarmes: «On cherche du monde, tu perds ton temps dans ton garage!», m'avaient-ils dit. Je me suis engagé et aujourd'hui je ne regrette rien. C'était un métier difficile, mais c'était également une très belle école de la vie: on voit des choses très dures, beaucoup de morts et d'accidents, des meurtres et des suicides. J'ai beaucoup appris, même si je ne m'en rendais pas compte à l'époque. J'ai pris part à de nombreuses enquêtes judiciaires, notamment dans le domaine des stupéfiants, et ai été confronté aux problèmes posés par les jeunes délinquants. J'ai alors quitté la gendarmerie au bout de huit ans pour me lancer dans le domaine des EMS, puis dans un hôpital de zone au Pays d'En-Haut. Mais revenir à Château-d'Œx était une erreur…

– …vous achetez alors un premier EMS…
– Effectivement, mon épouse Anne et moi-même avons acheté, en 1989, Joli Automne à Ecublens. Peu de temps après, on nous a proposé d'acquérir Le Domaine de La Gottaz, à Morges, qui était à l'époque en difficulté. C'est aujourd'hui le plus bel établissement médico-social privé de Suisse romande; la direction en est encore assurée par mon épouse. Par la suite, toujours avec Anne, nous avons créé le Groupe BOAS et avons repris le Bristol à Montreux. Plus récemment, l'Hostellerie Le Petit Manoir à Morges, après une totale rénovation, a également rejoint le Groupe; la prochaine étape sera de construire une annexe moderne et d'en faire un Relais et Château. Notre dernière acquisition est l'Hôtel Twannberg, sur la Montagne de Douanne, près de Bienne. Une constante dans mes achats: c'était presque toujours des établissements en difficulté.

– Vous vous retrouvez aujourd'hui à la tête d'un grand groupe socio-hôtelier…
– Un grand groupe constitué de trois piliers: l'hôtellerie, le domaine médico-social et celui du thermalisme. En Valais, à côté des Bains de Saillon et de ses Mayens du bien-être, on va construire, à la fin de cette année, un hôtel 4**** de 80 chambres. Le Groupe BOAS est engagé sur un grand projet sur les hauts de Lausanne: l'AquaEcopôle. Ce dernier comprendra: un hôtel 3*** de plus de 131 chambres, un restaurant, des salles de congrès, un centre de formation, une policlinique médicale pour dix médecins, un centre de radiologie, deux magasins de proximité et une pharmacie. C'est un lieu stratégique avec le nouveau M2 et ses 1,3 million de mouvements par année. C'est là que nous allons construire, avec un autre partenaire, un écomusée: avec une quarantaine d'aquariums de volumes et de tailles différents, totalisant plus de 2,5 millions de litres d'eau. Ce projet est unique en Suisse; il en existe un de ce type en France, plus précisément à la Rochelle, en bordure de l'Atlantique. Les visiteurs pourront admirer des poissons de mer, mais surtout d'eau douce. Il y aura 50 bassins de mille à un million de litres. Une prévision minimaliste évalue les visiteurs à 340 000 par an. La Rochelle en compte 800 000. Il y aura aussi un hôtel 3 étoiles de 131 chambres. Un auditoire de 150 places, un centre de formation, des salles de conférence et un café-restaurant. C'est un projet de l'ordre de 56 millions. Rien que l'hôtel et la policlinique sont estimés à 26 millions. Des investisseurs privés sont à nos côtés. Il reste une opposition, mais nous espérons commencer les travaux cette année pour être prêt en 2012.

– Un maillon à mi-chemin entre les EMS et les bains thermaux?
– Les EMS du groupe BOAS comptent une vingtaine d'établissements totalisant environ 700 à 800 résidents répartis sur quatre cantons: Vaud, Valais, Neuchâtel et Berne. A Fribourg comme à Genève, il est impossible de gérer des EMS privés. La procédure est trop étatisée. Notre avantage est d'être indépendant et de ne pas devoir compter sur les subventions à la construction. Nous avons notre propre architecte et deux chefs de projets. Nous venons d'ouvrir un nouvel EMS à Bevaix (NE), un autre à Aigle (VD) est en cours d'achèvement et sera inauguré cet été. Courant 2010 et 2011, d'autres établissements seront construits à Delémont (JU), Saxon (VS) et Le Bouveret (VS). Les sites existants à Gampelen (BE), Court (JU) et Martigny (VS) verront leur capacité d'accueil augmenter avec des travaux d'extension. Un autre projet est à l'étude à Lausanne avec un EMS de 100 lits. Nous sommes de loin le plus grand groupe romand et le troisième avec la Suisse alémanique. Il y aussi le service traiteur avec la société Le Petit Manoir. Notre force, c'est la synergie avec une centrale d'achat commune, une buanderie, un parc de cinquante véhicules, un service technique, un service qualité. Nous disposons également d'un centre de formation qui propose tout un panel de cours répondant aux besoins des métiers. Les trois piliers permettent de répartir les risques. Le personnel peut faire des rocades. Quant au thermalisme, à côté de Saillon où nous avons érigé cinq chalets pour les spas et massages, on travaille sur deux autres projets…

– Où ça?
– Là je ne dis pas… (rires). Au total, le groupe totalise environ 850 employés pour un chiffre d'affaires de 80 à 85 millions. On atteindra les 100 millions l'an prochain avec 1200 à 1400 employés. Juridiquement, nous sommes une holding, BOAS-YAKHIN-SA.

– Que veut dire BOAS?
– Le nom «BOAS» est tiré de l'Ancien-Testament et signifie: «en Lui est la force». Mon épouse et moi ne cachons pas nos convictions chrétiennes et c'est sur ces dernières que nous avons fondé notre société sans pour autant imposer nos croyances à nos résidents ou à nos employés. Diriger des EMS est un métier magnifique, mais c'est un domaine assez standardisé. Avec les hôtels il faut avoir des idées, aller chercher les clients. A Saillon, on a dû innover avec les villages sauna qui connaissent un succès incroyable. On va poursuivre le développement avec un nouveau toboggan qui sera mis en fonction, cette année, au mois de juin et une rivière thermale dans le courant du mois de novembre. C'est ce que j'aime entreprendre à côté de la direction générale. Les EMS, c'est ce que je connais le mieux, mais cela fait 17 ans que je m'occupe d'hôtellerie. Je ne suis pas un véritable hôtelier, mais j'aime ça. Je suis davantage hôtelier dans le cœur. Raison pour laquelle nos EMS sont accueillants avec de grands halls d'entrée, cafétéria-bars.

– Vous avez un homonyme, le skieur Bernhard Russi…
– Je ne l'ai jamais rencontré. A l'époque, j'avais participé au Championnat suisse des cheminots. Je dis souvent: on a fait de la compétition en même temps, mais il a mieux réussi! J'aurais bien aimé le connaître, mais je n'ai jamais pris le temps de le contacter.

Propos recueillis par O.G.

www.boas.ch

Des hôteliers socialement responsables

Destinée aux chefs d'entreprise, une brochure des milieux patronaux vaudois et genevois et de la fondation Philias veut sensibiliser les PME à une approche volontaire de leur responsabilité sociale.

« Dans l'hôtellerie et la restauration, tout tourne autour de l'être humain. Ce n'est pas miam-miam-glouglou-dodo comme le disait un humoriste, mais de l'émotion, de la détente et du bien-être. On ne peut le faire qu'avec le capital humain que sont nos collaborateurs… » Pour Philippe Thuner, le président de l'ARH, la nouvelle brochure sur la responsabilité sociale des entreprises présente à ce titre un intérêt évident. Son vice-président, Pierre-André Michoud, le propriétaire de l'Hôtel du Théâtre à Yverdon-les-Bains, donne aussi sa caution à la brochure diffusée à plus de 50 000 exemplaires : « Défendre le potentiel touristique de sa région est un investissement qui renforce le capital-confiance de ses interlocuteurs. Cela m'a fortement aidé à trouver le soutien nécessaire à la création de mon hôtel. C'est aussi l'ensemble de la branche qui bénéficie de cette volonté de visibilité. »

Lancée par le Centre patronal vaudois et par la Fédération des Entreprises Romandes Genève, la brochure a bénéficié du soutien actif de la Fondation Philias qui fête ses 10 ans d'accompagnement d'entreprises : « Nous sommes convaincus que les enjeux auxquels ont dû faire face les grandes entreprises ces dernières années, en termes de transparence, de communication et de gouvernance, seront les défi s des PME de demain », a expliqué sa fondatrice et directrice Bettina Ferdman Guerrier lors d'une conférence de presse tenue à Lausanne.

Mode d'emploi pratique

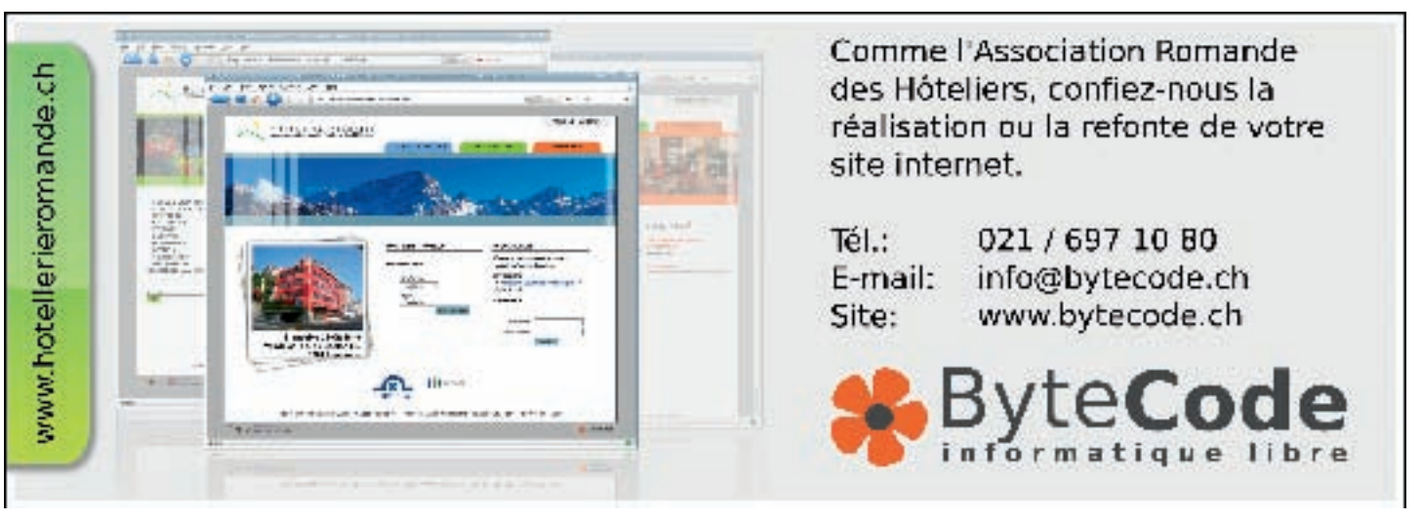
La brochure propose un mini-quiz pour évaluer dans quelle mesure le chef d'entreprise met déjà en pratique ces actions : en totalité, partiellement ou absolument pas selon le nombre de points obtenus : « Comme Monsieur Jourdain faisait de la prose sans le savoir, il est évident que les entreprises ne découvrent pas maintenant leur responsabilité sociale. Mais nous ne voulons surtout pas d'une intervention de l'Etat. Cela aurait pour effet contraire de déresponsabiliser les patrons », démontre Christophe Reymond, le directeur du Centre patronal à Paudex (VD).

Deuxième stade du mode d'emploi, la brochure dresse une liste d'actions à mettre en place en fonction des différents partenaires en présence. Par exemple :

- Vis-à-vis des clients : respecter ses engagements en termes de prix, de délai et de qualité. Veiller à ce que les sous-traitants et fournisseurs respectent les mêmes principes. Dialoguer avec eux et leur donner toutes les informations nécessaires.
- Vis-à-vis des collaborateurs : s'affilier à la convention collective, verser des salaires équivalents au prix du marché, proposer un congé maternité au-delà du minimum légal, être à l'écoute des collaborateurs pour éviter les conflits. Garantir une formation de base et proposer des heures de formation continue. Etre attentif à leur bien-être personnel et favoriser leur équilibre entre travail et vie privée.
- Vis-à-vis des fournisseurs : chercher avec eux des solutions sur les points d'insatisfaction. Anticiper d'éventuelles restrictions de budget et en discuter avec eux. Les payer dans les délais et à des prix à hauteur de ceux du marché.
- Vis-à-vis de l'environnement : recycler les déchets, utiliser du papier recyclé, mettre en place des mesures d'économie d'énergie, améliorer l'isolation des locaux, encourager le système de covoiturage des collaborateurs ou subventionner des abonnements de transport public. Privilégier les achats locaux, etc.
- Vis-à-vis des autorités politiques : les tenir informées des changements structurels ou économiques importants (risque de licenciement, changement d'activité, etc.).
- Vis-à-vis de la collectivité : tout faire pour maintenir les emplois, confier des mandats en sous-traitance à des ateliers protégés, faciliter la participation des collaborateurs à la vie locale par des congés ou des aménagements de travail former des apprentis, engager des stagiaires et des personnes sans expérience, etc.
- Vis-à-vis des concurrents : refuser le dumping social, ne pas débaucher les collaborateurs de la concurrence, ni attenter à leur réputation en véhiculant de fausses informations, etc.
- Vis-à-vis des partenaires financiers : les informer régulièrement, dialoguer avec eux lors d'une baisse importante d'activité.
- Vis-à-vis des organisations professionnelles : s'affilier aux organisations faîtières, entretenir un dialogue constructif avec les syndicats et les organisations de personnel.

De manière générale, les auteurs de la brochure sur la responsabilité sociale des entreprises conseillent de commencer par de petits pas, des actions ponctuelles faciles à mettre en œuvre rapidement. Ils conseillent de s'inspirer d'actions positives déjà réalisées par d'autres entreprises et de définir clairement au sein de l'entreprise qui va s'occuper du sujet.

O.G.


www.hotellerieromande.ch
Comme l'Association Romande des Hôteliers, confiez-nous la réalisation ou la refonte de votre site internet.
Tél.: 021 / 697 10 80
E-mail: info@bytecode.ch
Site: www.bytecode.ch
ByteCode
informatique libre

Les stations de ski doivent innover pour résister à la crise

Sur le thème «L'attractivité économique des régions alpines», le 12e symposium international du tourisme a provisoirement quitté Zermatt pour la station de Chamonix.

«Si nous n'agissons pas maintenant, dans dix ans, nous aurons perdu la moitié des journées-skieur actuelles. Les problèmes climatiques, eux, ne surgiront pas avant une vingtaine d'années», a commenté l'Américain Michael Berry, président de la National Ski Areas Association. Aux Etats-Unis, la saison 2008-2009 a enregistré 57 millions de journées-skieur, la 5e meilleure performance jamais enregistrée mais qui marque quand même un recul de 3 millions par rapport à la saison précédente. Ce sont manifestement les conséquences de la crise économique, qui ont pesé davantage dans le Nouveau-Monde qu'en Europe. Ainsi, en Suisse, la saison a été la meilleure des cinq dernières années avec une hausse de 2,2% des nuitées et un record de 29,3 millions de journées-skieur (862 millions de chiffre d'affaires pour les seuls transports). Les cantons du Valais et des Grisons ont pris leur part du lion avec respectivement 9,7 et 8 millions de journées-skieur.

Manifestement, les jeunes skient moins en Suisse qu'il y a quelques années. Le nombre de leçons de ski diminue. D'ici à une décennie, cela pourrait se traduire par un net déficit de clientèle. De plus, la génération des «baby boomers», qui compte de nombreux skieurs, commence à abandonner ce sport pour raisons d'âge. La constatation touche aussi l'Amérique. Cette tendance a encore été aggravée par la crise, même si elle a commencé bien avant. Elle constitue la principale source d'inquiétude des dirigeants de stations, avant même le problème du réchauffement climatique.

Rénover et changer les installations

Pour conquérir une nouvelle clientèle, les intervenants proposent diverses pistes: organisation d'événements exceptionnels sur les lieux de villégiature, aide des collectivités publiques, mais surtout une offre adaptée aux exigences du XXIe siècle qui ne sont plus les mêmes qu'il y a dix ans. Il faut rénover ou changer les vieilles installations et surtout ne pas suivre l'exemple du Japon qui n'a pas bougé depuis trente ans et dont le nombre de journées-skieur a chuté de moitié ces dernières années.

De son côté, le tourisme helvétique se trouve confronté au problème crucial des lits froids qui freinent le développement touristique. Tous les intervenants préconisent leur diminution. Un orateur a cité l'exemple de la France, dont le tourisme hivernal a connu une forte croissance depuis l'instauration d'un système de logements de vacances subventionnés, à condition que les propriétaires les louent un certain nombre de semaines par an. Autre chiffre remarquable, celui de l'Autriche qui ne compte que 15% de résidences secondaires contre 50% en Suisse. La Chine, la Corée du Sud et l'Inde sont les pays vers lesquels les acteurs du tourisme européen veulent puiser la clientèle de demain. Ces pays comptent des bassins de population immenses et chaque année, un nombre important de leurs ressortissants accède à des moyens financiers plus importants. Mais dans ces pays, on construit aussi des stations compétitives. Seule solution pour attirer cette nouvelle clientèle, leur offrir un service adapté à leur culture et à leurs habitudes de vie.

Green Label: petits ruisseaux...

La prise en compte du développement durable dans la conception et la promotion de produits est aujourd'hui incontournable. Ceci est valable également dans le domaine du tourisme. La région d'Yverdon-les-Bains et Jura-Lac joue un rôle pionnier en Suisse.

Dans le secteur du tourisme, aussi bien en Europe, qu'en Amérique du Nord, des «green labels» sont décernés. L'organisation de «green meetings», soit de «séminaires responsables», est vivement encouragée. Le «green meeting»? C'est une réunion qui intègre des considérations environnementales à toutes les étapes de l'organisation, dans le but de minimiser l'impact négatif sur l'environnement. Même si les voyages et les séminaires ne peuvent éviter tous les effets négatifs sur l'environnement, une réduction substantielle des polluants (transport, verre ou bouteille en plastique, tri des déchets, etc.) peut grandement alléger ces impacts. Suisse Tourisme a signé en mai dernier une charte avec les directeurs des 13 régions touristiques, dans le but de motiver une réflexion au niveau régional et opérationnel. Des actions concrètes devraient tout prochainement voir le jour.

Au centre: le client

Les clients veulent consommer de manière responsable. La région Yverdon-les-Bains l'a très bien compris. Le Grand Hôtel des Bains à Yverdon et le Grand-Hotel Résidence des Rasses sont les deux premiers partenaires du projet. Ils organisent des séminaires et leur engagement ne se limite pas seulement à leur accréditation par l'Agence de l'Energie pour l'Economie AEnEC. Chaque fois que c'est possible, ces deux établissements s'engagent à respecter des mesures simples, telles que, par exemple, offrir la possibilité lors de conférences de trier des déchets, utiliser du papier recyclable, etc.

D.C.

Pour toute information:
D. D. Faesch, directrice tourisme régional ADNV
Pl. de la Tannerie – 1400 Yverdon-les-Bains
024 425 18 67 – 079 379 28 08

«Aux portes de l'EPFL, le Starling mise sur la jeunesse»

Après avoir dirigé les Trois-Couronnes à Vevey et le Park à Gstaad, Thomas Brugnatelli prend la tête de l'hôtel de l'EPFL.

Il est grand, élégant et le crâne un peu dégarni malgré ses 46 ans. Thomas Brugnatelli, de père italien et de mère danoise, est le premier directeur du futur Starling Hôtel qui jouxte le site de l'EPFL et son Learning Center au design de vaisseau de Star Wars mâtiné d'une touche d'Emmental.

C'est le 12 avril prochain que le Starling ouvrira ses portes, juste après Pâques et un bon mois avant l'inauguration du bâtiment tracé par la géniale architecte japonaise Kazuyo Sejima: «Tout a commencé par un concours lancé par l'EPFL auquel Jean-Jacques Gauer et Christian Marich ont pris part en 2008. Ils ont fondé le Starling Hotel & Resort SA qui doit répondre aux besoins d'un hôtel dans cette région générant 20 000 nuitées par an». Dénominateur commun des deux partenaires hôteliers, le banquier René de Picciotto préside la société. Et il se trouve être à la fois le président du Lausanne Palace de Jean-Jacques Gauer et le propriétaire du Crowne Plaza dirigé par Christian Marich. Un petit monde qui s'entend fort bien.

L'hôtel a été dessiné par le bureau d'architecte de Jean-Baptiste Ferrari à qui l'on doit aussi la nouvelle Table d'Edgar. Avec ses quatre bâtiments de modeste envergure, le projet se confond dans le paysage champêtre des derniers terrains agricoles de St-Sulpice: «L'EPFL n'a pas fait appel à des chaînes internationales comme Marriott ou Accor, apprécie Thomas Brugnatelli. C'est un projet bien ficelé avec des partenaires locaux connaissant le terrain.»

Au départ, il avait été prévu d'ouvrir un établissement 3 étoiles sans restauration et sans salle de conférence. Mais au final, le projet a évolué en un 4 étoiles avec une salle de conférence de 290 m^2 pour une capacité de 250 personnes et un restaurant de 60 places situé à côté du lobby. Le Starling possède 154 chambres réparties dans trois bâtiments: soit 120 chambres appelées «bachelor», 25 chambres baptisées «master» avec des junior suites et 7 suites long-séjour pour héberger des professeurs ou des chercheurs, sans parler de deux chambres d'accès handicapés. Grâce au terrain acquis sous forme de droit de superficie mais qui reste propriété de l'EPFL, l'investissement a pu être maintenu à un niveau raisonnable de 40 millions de francs. Le banquier René de Picciotto veille au grain!

Un chef venu de Sicile

«Pour la restauration, nous avons opté pour un service assez léger, sans room-service. Le chef sera Orazio Ganci, un jeune Sicilien de Syracuse, qui a travaillé chez Rocco Forte à Bruxelles et au Royal Monceau à Paris. Il maîtrise aussi bien la cuisine «fusion» que la cuisine classique italienne. L'offre sera variée et intéressante, promet le directeur. L'avantage du Starling est que nous n'avons pas à subir le carcan d'un 5 étoiles. Pour un établissement proche de l'EPFL, on pourrait même s'amuser et faire un clin d'œil à la cuisine moléculaire. Avec une quarantaine d'employés, mon objectif est d'être rentable et efficace. Aux antipodes d'un hôtel ultraluxueux qui rapporte peu: «Ce sera un établissement dynamique, jeune, avec une vocation business et technologique très en pointe: TV haute-définition avec 120 à 130 chaînes, wifi, énergie solaire et chauffage au gaz.

La clientèle type? Pas forcément celle de l'EPFL voisin qui a ses propres chambres destinées aux étudiants: «Nous serons ouverts à tout le monde avec 80% de clientèle affaires, mais aussi des chercheurs, des professeurs ou des parents d'étudiants étrangers. Des entreprises de l'Ouest lausannois comme Logitech et Medtronic ont régulièrement besoin de chambres et de places pour des séminaires. Nous avons déjà une très forte demande.»

Une carrière «5 étoiles»

Thomas Brugnatelli a suivi la filière de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Né à Côme où son père travaillait comme ingénieur pour une grosse société américaine (Grace Chemicals) venue s'installer à Lausanne, il a vécu presque toute sa vie sur les bords du Léman, avant d'aller travailler après l'EHL à Arosa, à Ascona et à Zurich, dans de prestigieux 5 étoiles: J'ai ensuite gagné une carte verte pour émigrer aux USA où j'ai été engagé dans un établissement de luxe à Phoenix (Arizona). Je suis finalement revenu en Suisse pour des raisons de visa, mais je n'ai pas trouvé tout de suite chaussure à mon pied sur l'arc lémanique. Finalement, j'ai travaillé pour une société de conseils en normes ISO et accompagné pour des mises à normes, des entreprises industrielles, ainsi que des EMS et des institutions pour handicapés. Dans le domaine hôtelier, il y avait aussi le Lausanne Palace. C'était en 2000.» Une chance pour l'Italo-Danois devenu Suisse qui fait connaissance avec Jean-Jacques Gauer: «On s'est tout de suite bien entendus. Au bout d'un an, il m'a proposé la direction des Trois-Couronnes dont il prenait la gestion. C'était un peu la Belle au Bois dormant qu'il fallait réveiller. Fermé et rénové pendant une dizaine de mois, les Trois-Couronnes ont révélé, sous de vieilles moquettes, de magnifiques sols en marbre et d'autres merveilles. Ces travaux ont été orchestrés par Me Buhagiar, qui représente l'actionnariat, en collaboration étroite avec le service des monuments historiques. Avec l'aide de Jacques Stämpfli qui m'a rejoint comme directeur adjoint et le support logistique du Lausanne Palace, on a réussi à remonter l'établissement désigné "Hôtel historique de l'année 2003" et lui rendre ses lettres de noblesse. J'adore y retourner boire un verre, c'est un lieu magique. J'habite du reste à côté avec ma femme d'origine brésilienne, qui s'occupait du fitness du spa et avec laquelle nous avons un enfant. Je suis ensuite parti au Park Hotel de Gstaad où j'ai travaillé cinq ans pour Dona Bertarelli, la sœur d'Ernesto. D'abord comme directeur-général adjoint au côté d'une figure incontournable de Gstaad, Gianni Biggi, établi depuis 40 ans dans la station. C'était une clientèle très difficile à approcher. Gianni m'a aidé me faire connaître de ces hôtes qui étaient souvent des amis, des gens qu'il a vu grandir tout au long de ces années passées à Gstaad. Une magnifique expérience», résume Thomas Brugnatelli.

«Mais cet hôtel de l'EPFL est aussi un fantastique défi. Tout d'abord retrouver des collègues et amis, Jean-Jacques Gauer avec qui j'ai déjà travaillé, puis Christian Marich, un autre hôtelier expérimenté. Mes amis me disent que lancer un établissement hôtelier peut être parfois une mission suicidaire: "Tu es fou, toi qui as toujours travaillé dans des 5 étoiles!" Je leur réponds que c'est là tout le challenge: régner sur 154 chambres, ce n'est pas rien et aussi sur un site prestigieux comme l'EPFL. Choisir de A à Z tout son personnel, c'est aussi un défi intéressant. A l'avenir, il doit y avoir d'autres Starling. Déjà au Crowne Plaza, à côté de l'aéroport, il y a une "Starling Conference" et le Centre international de Conférences de Genève (CIGC) va aussi comprendre un. Celui de l'EPFL sera peut-être le premier maillon de la chaîne.»

Olivier Grivat

www.starlinghotels.com

Du champagne dans les voiles

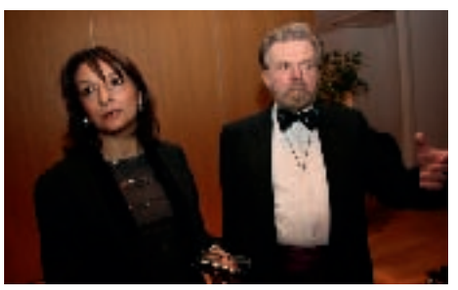
Pour le duel entre Oracle et Alinghi à Valence, en février dernier, la marque Laurent-Perrier était partenaire de l'équipe suisse. Mais nulle trace sur les voiles: «Nous n'avions pas les moyens…» La marque française et son nouveau directeur en Suisse, Guillaume Deglise, avaient quand même fait le déplacement pour encourager le team d'Ernesto Bertarelli et, si possible, sabler le champagne pour fêter une troisième victoire. La technique et les vents en ont voulu autrement. Dommage ! En cas de victoire, c'était quand même 300 bouchons qui devaient sauter… Autre sponsor déçu, Jean-Claude Biver, le patron horloger de la marque Hublot, était aussi bien engagé dans la course, malgré le manque d'enthousiasme de son grand patron Bernard Arnault, le PDG de LVMH qui a racheté la marque suisse d'horlogerie. Si LVMH s'était retiré de la Coupe Louis-Vuitton, manche de pré-qualification de la Coupe de l'America, ce n'était pas pour voir rentrer par la fenêtre une marque de montres du même groupe…

Bons hôtels à prix avantageux

La nouvelle édition de la carte «Hôtels à prix avantageux» répertorie 188 établissements de toute la Suisse qui proposent des chambres à partir de 50 francs la nuit. Editée par Switzerland Travel Centre, Gastrosuisse et Suisse Tourisme, la septième édition regroupe 25% d'hôtels de plus que l'an passé. De la simple auberge de campagne au confortable hôtel urbain, une nuit en chambre double avec petit-déjeuner revient entre Frs 50.– et 80.– par personne. Le portail de Suisse Tourisme www.myswitzerland.com/avantageux – ou le numéro de téléphone gratuit 00800 100 200 30 permettent de réserver directement. Les hôtels participant à cette promotion sont toujours plus nombreux. Parmi les raisons principales, la facilité de réservation depuis l'étranger. 80'000 cartes sont distribuées gratuitement en allemand, français, anglais et hollandais. Pour plus d'informations: Franziska Buser, Switzerland Travel Centre, 043 210 55 21 ou Franzisca.buser@stc.ch

Rolls Royce au Montreux Palace

Le Petit Palais du Montreux Palace s'est transformé en musée mondain de la marque Rolls-Royce, le 13 février dernier. Pour la première fois depuis 1977, la Sir Henry Royce Memorial Foundation et la Rolls-Royce Foundation – pendant européen du Rolls-Royce Owners' Club pour les Etats-Unis et l'Australie – avaient choisi d'organiser l'un de leurs raouts sur sol helvétique. Les 200 invités du repas gastronomique ont pu tester le cuir moelleux et admirer la puissante mécanique de l'une des toutes premières Rolls-Royce Ghost, un modèle fraîchement sorti de son usine anglaise. David Evans, secrétaire des deux fondations Rolls-Royce, n'a d'ailleurs pas caché que le choix en avait surpris plus d'un, surtout en plein hiver: «Nous avons fait jouer quelques-unes de nos relations pour emporter la mise», a confié Naseem Merali-Marsens, responsable des événements de l'établissement 5 étoiles. Avec 630 membres, la section suisse du Rolls-Royce Enthusiasts' Club est la deuxième plus importante d'Europe après celle de Grande-Bretagne.



P.P.
1000 LAUSANNE 1
Dépôt en nombre

Agenda

Quelques rendez-vous importants pour le secteur touristique

Le 24 avril 2010:

20 km de Lausanne
www.lausanne-tourisme.ch

Le 27 mai 2010 à Bulle:

Assemblée générale de l'Association romande des hôteliers (ARH)
www.hotellerieromande.ch

Les 30 et 31 mai 2010 à Zoug:

Assemblée des délégués d'hôtellerie suisse
www.hotellerie.ch

Du 20 au 24 octobre 2010 à Montreux:

13e Sommet de la Francophonie
www.montreux-vevey.com